






MEDIENSPIEGEL

01.04.2019

Avenue ID: 2106
Artikel: 9
Folgeseiten: 6

	26.03.2019	easybiken.ch / easybiken Online Fronalpstock: Kurz, aber knackig	01
	16.03.2019	Urner Wochenblatt 15 neue Mitglieder aufgenommen	02
	14.03.2019	Gastro Journal Erfrischungen für die Kleinsten	03
	14.03.2019	Gastro Journal Rafraîchissements pour les plus jeunes	07
	14.03.2019	Gastro Journal Rafraîchissements pour les plus jeunes	10
	14.03.2019	gastrojournal.ch/fr / Gastro Journal FR 13.03.19	11
	13.03.2019	Bote der Urschweiz Innovationen im Tourismus schaffen Arbeitsplätze	12
	11.03.2019	easybiken.ch / easybiken Online Fronalpstock: Kurz, aber knackig	14
	02.03.2019	Bote der Urschweiz Mit Kindern gefasnächtelt	15



Fronalpstock: Kurz, aber knackig

Mit einer durchschnittlichen Steigung von zwölf Prozent ist die Tour von Morschach auf den Fronalpstock wie gemacht für's E-Mountainbike – und für Geniesser.
Auf dem Weg von der Alp Laui.

...der Welt auf dem Stoos Empfehlenswerte Restaurants unterwegs: Auf unserer Route gibt es diverse Restaurants bereits in Morschach, beispielsweise der [Swiss Holiday Park](#) mit umfangreichen Wellness und Freizeitangeboten. Auch auf dem Stoos gibt's verschiedene Restaurants. Der Geheimtipp ist die familiäre Alpwirtschaft Laui...



13 neue Mitglieder aufgenommen

Bürglen | GV der Frauengemeinschaft

Am Freitagabend, 8. März, trafen sich die Mitglieder der Frauengemeinschaft Bürglen um 19.00 Uhr in der Pfarrkirche, um gemeinsam mit René Deiss einen Gottesdienst zu feiern. Das FG-Messteam gestaltete die Feier zum Weltgebetstag, und die Bürger Jodlerfrauen umrahmten den Gottesdienst musikalisch. Anschliessend versammelten sich 113 stimmberechtigte Frauen in der Aula. Die engagierten Blauring-Mädchen servierten ein kleines Abendessen. Frisch gestärkt waren alle bereit für den geschäftlichen Teil des Abends. Präsidentin Tiziana Gisler führte gewohnt speditiv durch die GV. Die Traktanden waren schnell abgehandelt, so das Protokoll der letzten GV von Aktuarin Anita Herger, der Bericht von Kassierin Petra Murer und der Jahresbericht der Präsidentin. Die Arbeit der drei Frauen wurde jeweils mit kräftigem Applaus gewürdigt. Der Verein konnte ausserdem 13 neue Mitglieder willkommen heissen.

Programm mit viel Abwechslung

Das abwechslungsreiche Jahresprogramm wurde mit einem Sketch von Silvia Muheim und Barbara Schuler vorgestellt. Auf humorvolle Art wurden alle Anlässe schmackhaft gemacht: die regelmässigen Termine wie Jassplausch 60+ und die FG-Monatsmessen sowie die einmaligen Termine wie der Halbtagesausflug «mit dem Schiff auf dem Vierwaldstättersee», der Tagesausflug ins Bündnerland, ein Abend im Zeichen von «Badeplausch im Swiss Holiday Park» sowie ein Vortrag zum Thema «Homöopathie». Im Winter will sich die Gemeinschaft wieder zur Adventsfeier, im neuen



Der aktuelle Vorstand der Frauengemeinschaft Bürglen.

Jahr zum Schneeschuhlaufen und am «Schmudo» zum Vereinstrommeln treffen. Anträge wurden in diesem Jahr keine gemacht, und so gedachte die Versammlung anschliessend der zehn verstorbenen Mitglieder. Petra Murer bat unter «Verschiedenes» um Mithilfe bei den «Spaziergängerinnen Gosmergartä», und Vreni Gisler suchte Unterstützung für das Messteam. Interessierte dürfen sich immer noch melden.

Die Präsidentin bedankte sich bei den vielen engagierten Frauen, die im Verein mithelfen. Miriam Christen-Zarri, Präsidentin des Frauenbundes Uri (FBU), überbrachte herzliche Grüsse des Dachverbandes und erläuterte die nächsten Programmpunkte des FBU. Anschliessend schloss Präsidentin Tiziana Gisler die GV.

Tombola, Showeinlagen und Kuchenbuffet

Der Abend war damit aber noch lange nicht fertig: Tombolalose wurden in diesem Jahr mit einem schönen Notizheft verkauft, «stille Freundinnen» wurden gefunden und auch das Cabaretduo «Divertimento» hatte noch zwei Showeinlagen (oder zumindest zwei sehr gute Doubles). Die Verlosung der gesponserten Tombolapreise bildete einen weiteren Höhepunkt. Rund 70 Preise wurden verlost, was für einige Spannung sorgte. Das grosse, variantenreiche Kuchenbuffet liess die Frauenherzen höherschlagen und heimste den Vorstandsfrauen viele Komplimente ein. Die diesjährige GV wird bei allen in guter Erinnerung bleiben. Die Nächste wird am 28. Februar 2020 stattfinden. (e)



Erfrischungen für die Kleinsten

Kinder sind die Gäste von morgen. Um aus Familien wiederkehrende Kunden zu machen, lohnt es sich, die Getränkekarte nach den Kleinsten auszurichten.



Bei Kindern und Erwachsenen beliebt: hausgemachte Limonaden.



TEXT CRISTINA BÜRGI

Für den Nachwuchs gibt es im Restaurant oft eine spezielle Kinderkarte oder einen Räuberteller. Bei den Getränken sieht das anders aus: Hier weist das Angebot meist noch viel Luft nach oben auf. So setzen einzelne Betriebe auf das Standard-Sortiment von Erfrischungsgetränken wie Cola, Citro und Eistee, während andere zusätzlich noch einen Kindersirup ins Angebot nehmen. Es kann sich aber durchaus lohnen, das alkoholfreie Getränkesortiment auszubauen und speziellere Kreationen auf die Karte zu nehmen – denn daran haben nicht nur die Kleinsten Freude, sondern zunehmend auch erwachsene Gäste.

So ist der Alkoholkonsum in der Schweizer Bevölkerung gemäss dem Bundesamt für Gesundheit seit 20 Jahren rückläufig: Von 10,1 Litern im Jahr 1992 sank der jährliche Pro-Kopf-Konsum auf 7,9 Liter im Jahr 2016, was einer stetigen Abnahme entspricht. Die Gründe dafür sind vielfältig: Das

Heruntersetzen der Promillegrenze spielt dabei genauso eine Rolle wie das zunehmende Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung. Die Entwicklung führt dazu, dass im Gastgewerbe – insbesondere über Mittag – leichte Getränke wie Mineralwasser, Apfelschorle und hausgemachte Eistees an Beliebtheit gewinnen: Getränke, die früher hauptsächlich von Kindern bestellt wurden.

Vielseitig mit guter Marge

Alkoholfreie Getränke sind aber nicht nur deshalb interessant, weil sie auf zunehmende Nachfrage stossen, sondern auch, weil sie vielseitig einsetzbar sind (Sirup und Apfelschorle können beispielsweise als Zutaten für Cocktails und Desserts verwendet werden) und eine gute Marge aufweisen: Denn der Gast gibt gut und gerne für ein Glas einer alkoholfreien Getränkebegleitung zwischen 6 und 10 Franken aus (siehe GJ07).



Der Swiss Holiday Park in Morschach bietet den Kleinen ein Kinderbuffet mit eigenem Getränkeangebot.

Das Potenzial von Getränken ohne Promille, die sich auch für die Kleinsten eignen, hat man beispielsweise im Swiss Holiday Park in Morschach erkannt: «Bei uns gibt es für die kleinen Gäste ein Kinderbuffet mit kostenlosem Getränkesortiment», erzählt Thomas Holzmann, Leiter Marketing. Das Schweizer Ferienresort legt viel Wert darauf, dass sich Familien bei ihnen wohlfühlen, und orientiert das Speise- und Getränkeangebot an ihren Bedürfnissen. «Aktuell haben wir für Kinder vier verschiedene Getränke im Angebot», erläutert Holzmann: «Holunderblütensaft sowie Wiesenmilch vom eigenen Erlebnishof Fronalp, Apfelschorle vom Bauernhof Sand und eigenes Wasser mit und ohne Kohlensäure.» Den Gastgebern sei vor allem wichtig, hausgemachte und regionale Getränke anzubieten. Das spiegelt sich auch in ihrer Zertifizierung wieder, denn das Swiss Holiday Resort ist mit dem Label «Happy Spoon» ausgezeichnet, welches die Werte eines saisonalen, frischen und gesunden Angebots vertritt.

Kreativität ist gefragt



Auch in anderen Restaurants legt man viel Wert auf die jüngeren Gäste: So kommt der Nachwuchs im Restaurant de la Clef in Fribourg in den Genuss von kostenlosem Sirup à discrétion, während das Waldhotel National in Arosa oder das Schlosshotel Dornach mit eigenem Kindermenü und Kindergetränken aufwartet. Und wenn ein Kindergeburtstag ansteht, werden die Gastgeber besonders kreativ: Dann dürfen sich die Kleinen auch einmal an einer Kinderbowle, einem heissen Punsch oder einer Fruchtmilch bedienen. Das sind Getränke, die gleichermassen bei Erwachsenen beliebt sind: So erfahren auf Fruchtsäfte spezialisierte Gastro-Betriebe wie das Roots in Zürich oder die Tibits-Restaurantkette einen regelrechten Boom, und auch hausgemachte Eistees und Mocktails werden zunehmend bestellt. Eine Getränkesparte, die Potenzial aufweist und noch weiter wachsen wird.



Rafrâichissements pour les plus jeunes

Les enfants sont les clients de demain, et il vaut la peine d'adapter les cartes de boissons en fonction de leurs préférences. Quelques pistes pour faire des familles une clientèle fidèle.



Les limonades maison sont tout aussi appréciées des adultes que des plus jeunes.

TEXTE CRISTINA BÜRGI

Si les restaurants présentent souvent une carte spéciale pour les petits ou encore des assiettes de pirates à l'intention des jeunes générations, il n'en va pas de même des boissons où l'offre pourrait largement s'améliorer. Certains vont ainsi miser pour l'assortiment standard de breuvages rafraichissants tels que le coca, la limonade ou le thé froid, tandis que d'autres prévoient au moins un sirop pour enfants. Or, il serait tout à fait indiqué d'élargir sa gamme de boissons sans alcool et d'instituer des créations spéciales que les adultes semblent eux aussi de plus en plus apprécier.

Selon l'Office fédéral de la santé (OFS), la population helvétique boit moins d'alcool depuis vingt ans, et la consommation annuelle par personne a ainsi constamment baissé, passant de 10,1 litres en 1992 à 7,9 litres en 2016. Les raisons de cette diminution sont diverses, et l'abaissement de la limite du taux d'alcoolémie autorisé joue ici tout autant un rôle qu'une prise de conscience accrue auprès de nos concitoyens. Cette évolution amène les établissements de restauration à proposer, en particulier sur le coup de midi, des boissons sobres telles que des eaux minérales, des limonades et des thés froids gagnant en popularité alors qu'ils étaient naguère principalement l'apanage des plus jeunes.

Diversité et marges intéressantes

Les boissons alcooliques ne sont pas uniquement prisées du fait d'une demande croissante, mais aussi parce qu'elles peuvent être exploitées de diverses manières (les sirops et les jus de pommes mélangés à de l'eau gazeuse peuvent par exemple être utilisés en tant qu'ingrédients pour des cocktails et des desserts) et promettent des marges intéressantes, car le client dépensera facilement entre 6 et 10 francs pour un verre d'une boisson d'accompagnement non alcoolisée (cf. G107).

Le Swiss Holiday Park de Morschach a identifié le potentiel des boissons bannissant l'alcool et également adaptées pour les plus petits: «Nous proposons chez nous un buffet pour enfants avec un assortiment de boissons gratuites pour nos petits hôtes», relève le responsable du marketing, Thomas Holzmann. L'établissement de vacances veille à ce que les familles se sentent bien, et il oriente dès lors son offre de mets et boissons en fonction des besoins de ces dernières. «Nous proposons actuellement quatre boissons différentes pour les enfants, avec des jus de fleurs de sureau, du lait des prés de notre ferme touristique Erlebnishof Fronalp, des schorlés de pomme de l'exploitation Sand ainsi que notre propre eau, gazéifiée ou non», souligne Thomas Holzmann. Il est surtout important d'offrir ici des boissons maison et régionales, comme le confirme la certification «Happy Spoon» récompensant une offre saisonnière à la fois fraîche et saine.



La créativité à l'honneur

D'autres restaurants se préoccupent également de leurs plus jeunes clients qui pourront ainsi profiter de sirops gratuits servis à discrétion au restaurant de la Clef à Fribourg, tandis que le Waldhotel National d'Arosa (Grisons) ou le Schlosshotel Dornach (Soleure) attendent les visiteurs avec leurs propres menus et boissons pour enfants. Si un bambin fête son anniversaire, les responsables ne sont alors pas à court d'idées et mettent à disposition un bol de punch chaud sans alcool, voire des laits aromatisés aux fruits, boissons tout aussi appréciées des adultes. Des entreprises de restauration spécialisées dans les jus de fruits telles que le Roots à Zurich ou la chaîne végétarienne Tibits connaissent un véritable boom, de même que les thés froids maison ou les mocktails inspirant souvent les cartes de boissons et dont le potentiel ne demande qu'à grandir.



Le Swiss Holiday Park de Morschach, dans le canton de Schwytz, propose un buffet pour enfants accompagné de sa propre offre de boissons.



Rafrâichissements pour les plus jeunes

Les enfants sont les clients de demain, et il vaut la peine d'adapter les cartes de boissons en fonction de leurs préférences. Quelques pistes pour faire des familles une clientèle fidèle. Cris...

...dépendra facilement entre 6 et 10 francs pour un verre d'une boisson d'accompagnement non alcoolisée (cf. GJ07). Le **Swiss Holiday Park** de Morschach a identifié le potentiel des boissons bannissant l'alcool et également adaptées pour les plus petits: «Nous proposons...



13.03.19

13.03.19

Rafraichissements pour les plus jeunes

Les limonades maison sont tout aussi appréciées des adultes que des plus jeunes. Photo: unsplash.com

Les enfants sont les clients de demain, et

...dépendra facilement entre 6 et 10 francs pour un verre d'une boisson d'accompagnement non alcoolisée (cf. GJ07). Le **Swiss Holiday Park** de Morschach a identifié le potentiel des boissons bannissant l'alcool et également adaptées pour les plus petits: «Nous proposons...



Forum

Innovationen im Tourismus schaffen Arbeitsplätze

Es war eine erfreuliche Nachricht. Die Logiernächte im Kanton Schwyz nahmen 2018 gegenüber dem Vorjahr um satte 5,6 Prozent zu. Dieser Wert liegt deutlich über dem gesamtschweizerischen Durchschnitt von plus 3,8 Prozent. Von Januar bis Dezember letzten Jahres haben die Schwyzer Betriebe aus Hotellerie und Parahotellerie mehr als eine halbe Million Gäste beherbergt.

Neben den Logiernächten gibt es weitere eindrückliche Zahlen zum Schwyzer Tourismus. So sorgt er für 5700 Vollzeitstellen, was 8,4 Prozent der Gesamtbeschäftigung ausmacht. Die jährliche Wertschöpfung beträgt rund 500 Millionen Franken, und der Anteil am Bruttoinlandprodukt beträgt rund 6 Prozent. Jährlich besuchen fünf bis sechs Millionen Tagestouristen den Kanton Schwyz. Diese nutzen ein weitreichendes Angebot, das beispielsweise aus 23 Bergbahnen, 1700 Kilometern Wanderwegen, 191 Kilometern Skipisten und 12 Museen besteht.

Der Kanton Schwyz verfügt über eine traumhafte Landschaft. Man denke an die Insel Ufenau, den Wägitalersee, den Sihlsee, die Mythenregion, die Ibergeregge, das Hochmoor Rothenthurm, das Muotatal, das Sattel-Hochstuckli, den Stoos, den Vierwaldstättersee und die Rigi. Eine intakte Natur alleine genügt heute aber nicht mehr, um Wertschöpfung im Tourismus zu generieren. Innovationen sind gefragt, sowohl bei den Strukturen als auch bei den Tourismus-

anbietern. Wie sich zeigt, ist der Kanton Schwyz diesbezüglich seit einiger Zeit aktiv, denn sonst wäre die eingangs erwähnte Anzahl an Logiernächten im letzten Jahr nicht so stark gestiegen. Allerdings waren die Zahlen in den Jahren zuvor rückläufig oder nur schwach steigend. Insofern ist noch viel Potenzial vorhanden.

Hinsichtlich der Strukturen hat sich in den letzten Jahren vor allem das Verständnis durchgesetzt, dass das Denken grossräumiger sein muss. Ein Tourismusbüro in jeder Gemeinde ist falsch eingesetztes Kapital. Der Gast bucht zunehmend via Internet, und er will eine Region besuchen, nicht eine Gemeinde oder einen Kanton. Die Strukturbereinigung – vorangetrieben durch Schwyz Tourismus – hat das ganze System weitergebracht. Heute existieren im Kanton noch die vier (Erlebnis-)Regionen Rigi, Stoos-Muotatal, Mythen und Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee.

Die kantonale Organisation Schwyz Tourismus hat eine neue Rolle bekommen. Schwyz Tourismus ist das Kompetenzzentrum für die touristischen Leistungsträger im Kanton, vernetzt die Branche und stellt Informations- und Kommunikationsplattformen zur Verfügung. Ganz wichtig dabei ist: Die Organisation kooperiert mit anderen Regionen wie Luzern oder Zürich und schliesst entsprechende Zusammenarbeitsverträge ab. Denn wenn ein Gast die touristischen Hotspots wie Luzern oder Zürich besucht, soll er über diese Eintrittstore auch zu

den touristischen Highlights im Kanton Schwyz finden.

Damit sich die touristische Wertschöpfung und als Folge davon auch die Anzahl Arbeitsplätze im Kanton Schwyz weiter erhöhen, braucht es neue Angebote. Mit der Rotenfluebahn und der neuen Stoosbahn sind in den letzten Jahren gleich zwei Leuchtturmprojekte realisiert worden. Diese Angebote müssen sich langfristig aber noch bewähren. Entscheidend wird sein, ob der Gast auf dem Berg abgeholt und später deshalb wiederkommen wird. Dafür bedarf es weiterer Infrastruktur, die immer mehr auch das Kriterium der Nachhaltigkeit erfüllen muss. Das kann zum Beispiel bedeuten, dass man in einem Teil einer Region bewusst grössere Tourismusströme in Kauf nimmt, dafür aber den anderen Teil in seiner Natürlichkeit bestehen lässt.

Zu neuen Angeboten gehören auch passende Übernachtungsmöglichkeiten. Es gibt einige sehr gute Hotels in Kombination mit Seminar- oder Kongressmöglichkeiten. Dazu gehören das Seedamm-Plaza, Marina, Lachen, Panorama Resort & Spa, Feusisberg, das Holiday-Inn, Schindellegi, der Waldstätterhof oder der Swiss Holiday Park in Morschach. Neben weiteren guten Hotels gibt es auch viele Unterkünfte mit Investitionsbedarf. Ich denke an die Region Einsiedeln, die sich sehnlich ein neues Hotelangebot wünscht. Könnte dieses nicht gar innerhalb des Klosters realisiert werden? Auch im inneren Kantonsteil fehlt es an Hotelzimmern – solche, die



sowohl für Geschäftsleute als auch für Touristen (Rigi) genutzt werden könnten. Goldau oder Küsnacht würden sich hier anbieten.

Ein Treiber für neue Tourismusprojekte ist Schwyz Tourismus. Die Organisation ist gemäss Leistungsvereinbarung mit dem Amt für Wirtschaft seit drei Jahren Dreh- und Angelpunkt aller Projekte, die über die Neue Regionalpolitik finanziert werden. Seit dieser Zeit ist vieles in Bewegung gekommen. Zu erwähnen ist das Projekt E-Fit Schwyz, welches die Onlinebuchbarkeit und -bewertung von touristischen Angeboten zum Ziel hat, oder das Gästeportal Luzern-Vierwaldstättersee, der Oberseerundweg oder Mountainbike Zentralschweiz. Die letzten drei Projekte sind kantonsübergreifend und beabsichtigen, die Wertschöpfung überregional zu steigern.

Übrigens: Der guten Zusammenarbeit mit den Nachbarkantonen ist es zu verdanken, dass wir ohne Probleme die Erlaubnis bekommen haben, unsere neuen Tourismustafeln entlang der Autobahnen auch auf Zuger und Zürcher Boden zu installieren. Erneut

wird deutlich: Tourismus macht nicht an der Kantonsgrenze Halt. Dadurch nehmen noch mehr Leute wahr, wie schön unser Kanton ist und welch tolle Angebote er hat. Bald sollen weitere Tafeln auf Kantons- und Nebenstrassen folgen, die den Gast direkt an seinen Zielort führen.



Urs Durrer

Der heutige Autor Urs Durrer ist Jurist und seit 2010 Vorsteher Amt für Wirtschaft. Er arbeitete beim Schweizer Fernsehen und war Redaktor der Neuen Luzerner Zeitung AG.

Hinweis

Im «Bote»-Forum schreiben regelmässig prominente Schwyzerinnen und Schwyzer. Sie sind in der Themenwahl frei und schreiben autonom. Der Inhalt des «Bote»-Forums kann, muss sich aber nicht mit der Redaktionshaltung decken. (red)



Fronalpstock: Kurz, aber knackig

Mit einer durchschnittlichen Steigung von zwölf Prozent ist die Tour von Morschach auf den Fronalpstock wie gemacht für's E-Mountainbike – und für Geniesser.
Auf dem Weg von der Alp Laui.

...der Welt auf dem Stoos **Empfehlenswerte Restaurants unterwegs:** Auf unserer Route gibt es diverse Restaurants bereits in Morschach, beispielsweise der **Swiss Holiday Park** mit umfangreichen Wellness und Freizeitangeboten. Auch auf dem Stoos gibt's verschiedene Restaurants. Der Geheimtipp ist die familiäre Alpwirtschaft Laui...



Mit Kindern gefasnächtelt

Morschach Das Fasnachtsfieber strebt dem Höhepunkt entgegen. Gestern war der eigentliche Start mit der Kinderfasnacht – bei strömendem Regen. Die Fronalpchessler trotzten dem Regen.



Bei strömendem Regen zogen die Fronalpchessler ein (Bild oben). Unten von links: Mit guter Laune dem schlechten Wetter getrotzt. Die nächste Generation «Guugger». Im Swiss Holiday Park ging das Fasnächtle weiter.
Bilder: Ernst Immoos

Ernst Immoos

Die Zukunft der Fasnacht, die Jugend, wurde gestern in Morschach zur Kinderfasnacht unter dem Motto «Manege frei» geladen. Etliche Kinder folgten der Einladung der Fronalpchessler und zogen bei strömendem Regen gemeinsam durchs Dorf zum Dorfplatz, wo die Guugger zum ersten von drei Konzerten luden. Für die Jugendlichen stand nach

dem Umzug im Swiss Holiday Park der Zirkus im Mittelpunkt ihrer Fasnacht. Mit abwechslungsreichen Spielen vertrieb man sich den verregneten Nachmittag unter Dach.

Heute Samstag gastiert die Morschacher Fasnacht auf dem Stoons, wo sie am Nachmittag bei der Bergstation der neuen Stoonsbahn die Stöösler Kinder beschert.